

## تحلیل بسامدی رنگ ایران در پوسترهای گرافیک با موضوع ایران

### چکیده

**بیان مسئله:** گرچه برای رنگ به‌عنوان عنصر مشترک ابناء بشر، تعلق یا محدودیتی نمی‌توان قائل شد؛ اما به‌طور نسبی، در جهان هستی عناصر یا پدیده‌هایی وجود دارد که خاستگاه یا کاربرد و تکرار و بازنمایی آن‌ها موجب شکل‌گیری گونه‌ای از خاطرات جمعی شده و در پرتو آن‌ها حسی از تعلق یا هویت بدان‌ها شکل گرفته است. یکی از این عناصر نیز رنگ است که ممکن است در محدوده‌ای مشخص یا وسیع به‌صورت نانوشته، فارغ از درستی یا نادرستی موضوع، طیفی از آن به گروهی یا ملتی نسبت داده شود. از آنجا که گرافیک به‌عنوان رسانه بصری برآمده از فرم و رنگ، موضوع‌های مختلفی را پیام‌رسانی کرده و مسائل فرهنگی و فرهنگ ملی نیز می‌تواند جزئی از آن باشد، مسئله این پژوهش چستی رنگ‌های پربسامد مرتبط با ایران در پوسترهای گرافیک با موضوع ایران یا فرهنگ ایرانی و همچنین چرایی احتمالی کاربرد آن‌هاست.

**هدف:** شناخت عناصری نمادین ناملموس ایرانی و در نهایت، درک بهتر سویه‌های متفاوت فرهنگ بصری ایرانی از اهداف اصلی این پژوهش است.

**روش پژوهش:** در این پژوهش با بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای، پایگاه‌های اطلاعاتی و شواهد بصری گرافیکی، داده‌ها جمع‌آوری شده؛ سپس به‌شیوه تحلیل محتوای بصری با جمع‌آوری نمونه‌های رنگی از پوسترهای مرتبط با ایران به‌صورت شبه‌آماری، پربسامدترین رنگ‌ها مشخص و سپس توصیف و تحلیل شده است.

**یافته‌ها:** این مقاله نشان داد که طراحان گرافیک ایرانی برای بازنمایی رنگ ایرانی، به‌جز رنگ سازمانی، پرچم رسمی، به رنگ‌های مرتبط با فرهنگ خود که اغلب برآمده از محصولات و تولیدات فرهنگی و هنری، دست‌ساخته‌ها، رنگ اقلیم و زیست‌بوم، هنرهای سنتی، معماری ایرانی اسلامی، خوشنویسی و مانند آن است، رجوع کرده و طیف‌هایی از این رنگ‌ها را در اثر خود برای موضوعات مرتبط ایران بازنمایی نموده‌اند و در این میان، پربسامدترین رنگ‌های مرتبط با ایران، طیف‌هایی از رنگ قرمز لاک‌ی، زرد روشن و آجری و نیز آبی فیروزه‌ای بوده است.

### کلیدواژه

ایرانی، ملی، رنگ، گرافیک، پوستر، بسامد رنگ

۱. استادیار گروه گرافیک، دانشکده هنر، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.

Email: Mansor.kolahkaJ@gmail.com

## مقدمه

به جز عناصر مشخص و ثبت شده که در حوزه تصویر به برخی از سویه‌های آن «هویت بصری سازمانی» گفته می‌شود، اطلاق عنصری بصری به کسی یا چیزی، چندان موجه یا قطعی نیست. با پیش‌رو قرار دادن این موضوع، مسئله این پژوهش، شناسایی رنگ‌های پربسامد در پوسترهایی است که یک وجه موضوع آن ایران یا مرتبط با فرهنگ بصری ایران بوده است؛ به عبارت دیگر، کار اصلی این پژوهش، بررسی مواجهه رنگی طراحان ایرانی با موضوع‌های مرتبط با ایران است. خارج از بحث رنگ، در دیگر حوزه بصری (عناصر طرح) نمونه‌های مختلفی وجود دارد که به نام یک کشور شناخته می‌شوند و بعداً همان عناصر در هنرهای جدید آن کشور بازنمایی شده‌اند. نمونه آشکار آن هم تأثیرگیری گرافیک ژاپن از باسمه‌های چاپی آن کشور است. بعضی از نگاره‌های خاص، عناصر طبیعی، اقلیمی، گیاهی، حیوانی و مصنوع نیز از دسته عناصری هستند که از آن‌ها به عنوان نماد یا نشان یک ملت یا شخص استفاده می‌شود. این نمادها اغلب، به وسیله هنرمندان، یا به سفارش دیگران بازنمایی یا بازآفرینی شده و با توجه به شناخت، دانش و تکنیک هنرمند هر رشته، کیفیات متفاوتی از آن وارد عرصه فرهنگ بصری شده است. از جمله مواردی که از رنگ به عنوان نماد یک ملت یا کشور استفاده می‌شود، رنگ پرچم کشورهاست که به گونه‌ای رنگ سازمانی کشور قلمداد می‌شود و بحث آن خارج از حیطه کار این پژوهش است. جدای از رنگ رسمی پرچم کشورها، بحث این پژوهش پیرامون رنگ یا طیف‌هایی از آن است که ممکن است به چیزی یا کسی نسبت داده شود. ذکر این نکته ضروری است که به علت محدود بودن رنگ‌ها، اطلاق یا تعلق آن به آسانی میسر و ممکن نیست؛ با این حال، محیط اطراف، یا آثار و اشیای کاربردی و غیره با رنگ‌های پربسامد، گونه‌ای از خاطرات بین‌الذهانی می‌سازند که انعکاس آن شکل‌گیری رنگی نمادین در جوامع محدود، متوسط یا تخصصی است. در میان طراحان گرافیک ایرانی، نیز هستند کسانی که با مطالعه و بسط دانش بصری خود یا به صورت شهودی از رنگ‌هایی در کار خود بهره گرفته‌اند که احتمالاً در محیط زندگی یا حرفه‌ای آن‌ها بسامد بالایی داشته است. با اوصافی که بیان شد، از آنجا که برخی از سفارش‌های گرافیک درباره مسائل مختلف ایران است؛ از این‌رو مسئله این پژوهش، چستی رنگ‌های پربسامد مرتبط با ایران در پوسترهای گرافیک ایرانی با موضوع ایران یا مسائل فرهنگ ایرانی و چرایی کاربرد آن‌هاست.

## روش پژوهش

در جستار حاضر به بررسی ۶۵ پوستر از طراحان گرافیک ایران پرداخته شده که یک وجه موضوع آن‌ها ایران بوده است؛ این آثار از میان آثار مختلف طراحان گرافیک که اغلب در کتاب‌های دو سالانه آثار گرافیک ایران انتخاب شده‌اند. انتخاب نمونه‌ها تصادفی و اغلب با موضوع فرهنگی و هنری و بعضاً تجاری بوده است. در فرایند این پژوهش، سه رنگ شاخص از هر اثر که گستره رنگی آن بیشتر بوده به تشخیص نگارنده با ابزار انتخاب رنگ<sup>۱</sup> نرم‌افزار ایلوستریتور<sup>۲</sup> نمونه‌برداری و در پایین هر اثر ثبت شد. به منظور پیش‌گیری از خطای ابزار انتخاب رنگ، در هنگام برداشت رنگ از اثر نگارنده بر درستی، برداشت نمونه رنگ نظارت داشته است. با توجه به برداشت سه رنگ غالب از هر اثر، در مجموع از میان ۶۵ اثر، ۱۹۵ نمونه رنگ از طیف‌های مختلف به دست آمد که بر همین اساس این رنگ‌ها تحلیل شدند. اولویت این پژوهش در این مطالعه، رنگ‌های غیر از سفید و مشکی بوده است. مقطع زمانی خلق این آثار حدود ۵۰ سال اخیر است. گونه تحلیل این پژوهش، کیفی و شبه‌آماري و بر اساس تحلیل

محتوای رنگ آثار گرافیک است. اطلاعات این پژوهش از منابع کتابخانه‌ای و شواهد بصری پایگاه‌های مبتنی بر وب بوده است. باید اشاره کرد که برخی از آثار گرافیکی که رنگشان در این جستار تحلیل شد، ممکن است با نسخه اولیه طراحی شده یا انتشار یافته، متفاوت باشد که در این نوشتار، این تفاوت نیز مورد توجه بوده و نمونه رنگ‌های برداشت شده، میانگین رنگی از رنگ رسانه‌های دیجیتال و کاغذی بوده است.

## پیشینه پژوهش

«لاکنز ۳» (۲۰۱۱) در مقاله‌ای با عنوان «نارنجی به‌عنوان رنگ مورد توجه مردم هلند و ارزیابی هویتی آن به‌عنوان رنگ ملی» به بررسی روابط بین یک ملت و رنگ ملی آن پرداخته و به پذیرش این رنگ در میان مردم هلند به‌عنوان رنگ ملی و هویتی آنان اشاره کرده است. «مگ‌لنگ‌یانگ<sup>۴</sup>» (۲۰۰۹) در مقاله‌ای با عنوان «کاربرد و نوآوری قرمز چینی در طراحی مدرن»، به اجماع چینی‌ها بر قرمز چینی و داشتن رابطه احساسی با این رنگ و لزوم مطالعه پژوهش و تبلیغ رنگ قرمز چینی، نیز کاربرد نوآورانه آن در طراحی مدرن چینی تأکید کرده است. در مقاله‌ای با عنوان «نور و رنگ در نگارگری و معماری اسلامی»، «خوش‌نظر و رجبی» (۱۳۸۸) گفته‌اند: رنگ‌های به‌کار برده شده در معماری و نگارگری ایرانی، تحت تأثیر نظریه‌های نور و رنگ حکمای اسلامی بوده است. «تصیری، افراسیاب‌پور و احمدی» (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان «نماد عرفانی رنگ در هنر و معماری اسلامی» گفته‌اند، که رنگ آبی لاجوردی و فیروزه‌ای از عمده‌ترین رنگ‌های زمینه دیوارها، کاشی‌ها، محراب، گنبد، صحن و شبستان مساجد است و این رنگ‌ها به‌همراه رنگ طلایی، در نقاشی‌های ایرانی اسلامی دارای درخشش و جلوه خاصی هستند. «صوراسرافیل» (۱۳۷۹) در مقاله‌ای به‌نام «رنگ‌های ایرانی»، به رنگ‌های ایرانی در فرش چون روناس، اسپرک، پوست گردو، نیل و رنگدانه‌های حیوانی چون قرمز دانه و برخی از رنگ‌های محلی مانند «جفت»، «گندل» و «جاشیر» پرداخته و آن‌ها را ایرانی دانسته است. وی همچنین کتابی به‌نام «رنگ‌های ایرانی؛ رنگ‌های با رنگ‌های طبیعی به روایت استادان رنگرز» (۱۳۷۸) با تمرکز بر فرش در هفت بخش به رشته‌های تحریر در آورده که فصل پنجم آن درباره رنگ‌های ایرانی است. «کلاه‌کج» (۱۳۹۸) در پژوهشی به‌نام «جستاری در بازنمایی هویت بصری ایرانی»، به چند رنگ شاخص ایرانی اشاره کرده و از سه رنگ نخودی، قرمز لاک‌ی و فیروزه‌ای، به‌عنوان رنگ‌های شاخص مرتبط با ایران نام برده است. در پژوهش‌هایی که در پیشینه به آن‌ها اشاره شد، هر کدام به وجوهی از رنگ در آثار یا فرهنگ و هنر ایرانی اشاره کرده‌اند. در این میان، کار این پژوهش، سنجش پربسامدترین رنگ‌ها در آثار گرافیک با موضوع ایران است.

## رنگ در فرهنگ ایرانی

به نوشته دایره‌المعارف آنلاین «ایرانیکا»، رنگ همیشه در دین، شعر و زندگی روزمره نقشی نمادین داشته است. مانند سایر زمینه‌های ادراکی زندگی بشر، این موضوع در اسلام و فرهنگ فارسی نیز صادق است. مصداق این موضوع، «هفت‌پیکر نظامی» است که از جذاب‌ترین منابع ادبیات فارسی درباره روح رنگ است (<https://iranicaonline.org>). به‌گفته «وحدت‌طلب و نیک‌مرام»، رنگ از جمله عناصری است که هنر ایرانی را از سایر هنرها جدا می‌کند. این قاعده از زمان‌های قدیم و از بدو طلوع تمدن در فلات ایران وجود داشته و نمونه‌آن در کاشی‌های نقش‌برجسته هخامنشی، ظروف و اشیای رنگین عهد ساسانی، نقاشی‌ها، تزیینات و صنایع گوناگون

دوره اسلامی دیده شده است (وحدت طلب و نیک مرام، ۱۳۹۶، ص. ۸۸)؛ همچنین در نقاشی‌های دیواری به دست آمده از حفاری‌های شوش، تصاویر کمانداری با لباسی از چندین طیف رنگ روشن دیده شده است. به نوشته ایرانیکا در گذشته دور در ایران، برخی از رنگ‌ها از جمله رنگ زرد، برای اثاثیه و پوشاک مرتبط با حاکمان به کار برده می‌شد و کاربرد آن برای دربار انحصاری بود (<https://iranicaonline.org>). در پوشاک اقوام ایرانی هم، رنگ شکوهی بی‌نظیر داشته که نمود بارز آن در لباس اقوام ایرانی دیده شده است. پوشاک زنان بختیاری، بهمئی، قشقایی، لر، کرد و مانند آن، نمونه‌ای از آنچه گفته شد، هستند. «قوی پنجه» درباره کاربرد رنگ‌ها در پوشاک ایرانی گفته است: کاربرد این رنگ‌ها با توجه به جنسیت، دوره‌های زندگی و منزلت پوشندگان متفاوت بود؛ برای مثال، وی در ادامه به نقل از دیگران می‌گوید: در مقابل رنگ سبز، قرمز لاک‌ی وجود دارد که ترکمن‌ها به وفور در فرش و پوشاک خود از آن استفاده می‌کنند (قوی پنجه، ۱۳۹۴، ص. ۱۴). رنگ در محصولات معروف و شناخته شده ایرانی جایگاه ویژه خود را داشته و پالت رنگ هر منطقه از ایران، اغلب وابسته به مواد اولیه همان منطقه یا زیست‌بوم بوده است. محصولی مثل فرش ایرانی بخشی از هویتش برآمده از رنگ است. «صوراسرافیل» در این باره گفته است: بی‌هیچ تردیدی رنگ در فرش اهمیتی کمتر از نقش ندارد. همچنان که نقش فرش را نمی‌توان از عامل فرهنگی یعنی انسان ایرانی و مختصات آن چون مراکز تولید جدا کرد؛ رنگ نیز دارای هویت بومی است که به رنگ‌های خاص و مهارت استادان رنگرز آن وابسته است. وی در ادامه گفته است: حفظ اصالت فرش ایرانی در استفاده از رنگ‌های اقتصادی چون «روناس»، «قرمز دانه» (اسپرک)، «پوست گردو»، «پوست انار»، «برگ‌مو» و برخی از رنگدانه‌های محلی مانند «گندل»، «جاشیر» و «جفت» است. به گفته ایشان، حق است که از رنگ‌های روناس، قرمز دانه، پوست گردو، پوست انار، برگ‌مو و اسپرک به عنوان رنگ ملی یاد کنیم (صوراسرافیل، ۱۳۷۹، صص. ۷۴-۷۱). به نوشته «ساعدی و سیداحمدی زاویه» در فرش ایرانی، محدوده‌ای از رنگ‌های لاک‌ی، روناسی، قرمز، سرمه‌ای، پوست گردویی و اناری در تمام پهنه جغرافیایی فرش ایران اعم از کرمان، اصفهان، خراسان، تبریز، کاشان و یزد کاربرد داشته است (ساعدی و سیداحمدی زاویه، ۱۳۹۲، ص. ۳۳)؛ همچنین در سفال و سرامیک ایرانی، آبی فیروزه‌ای و در تولیداتی چون فرش، گلیم و زیراندازها، رنگ‌های مکمل و نورانی به وسیله هنرمندان ایرانی به کار برده می‌شد. در نگارگری و کتاب‌آرایی ایرانی، رنگ‌های درخشان طلایی لاجوردی و زرد روشن (نخودی)، رنگ غالب بوده‌اند. گرچه باور عموم بر این است که رنگ معماری اسلامی عمدتاً همان رنگ‌های سرد، چون آبی، فیروزه‌ای و مانند آن است؛ اما به گفته «اسماعیلی و سلیمانی»، رنگ برخی از اماکن معماری اسلامی، در برخی مساجد چون مسجد خاتم زنجان و مشیر شیراز، زرد و در مسجد نصیرالملک شیراز صورتی است و این مسجد مشهور به «مسجد صورتی» است؛ همچنین رنگ مسجد شیخ لطف‌الله اصفهان، آبی و کرم است (اسماعیلی و سلیمانی، ۱۳۹۶، ص. ۱۱). رنگ زرد روشن (نخودی) یا آجری روشن و طیف‌های مرتبط با آن، رنگ غالب مسکن سنتی ایران و مرتبط با زیست‌بوم آن است. به گفته «وحدت طلب و نیک مرام»، رنگ قرمز در معماری ایرانی اسلامی بیشتر در تزیینات و عناصر تزیینی به کار رفته است؛ به عنوان نمونه، در تزیینات گچ‌بری «گنبد سلطانی» از رنگ‌های گوناگون سفید، قرمز، زرد، سبز و آبی لاجوردی استفاده شده است. در گچ‌بری «پیربکران» اصفهان، رنگ محراب قرمز است. در کاشی‌کاری دوره قاجار هم به لحاظ مضامین جدید، رنگ‌های قرمز، نارنجی و صورتی دیده می‌شود (وحدت طلب و نیک مرام، ۱۳۹۶، ص. ۸۸). به گفته «نصیری و همکاران»، سطوح اغلب کاشی‌کاری‌ها به رنگ‌های سرد چون زنگاره‌ای، فیروزه‌ای و لاجوردی است (نصیری، افراسیاب پور و احمدی، ۱۳۹۵، ص. ۱۲). گرچه مطرح شدن رنگ‌های دیگر به جز فیروزه‌ای و خاکی به عنوان رنگ خاص یا نمادین معماری ایران، مخاطب را محتاط

می‌کند؛ اما پربسامدی رنگ فیروزه‌ای و آجری یا خاکی در معماری ایران برای مخاطب، شبهه‌ای در این خصوص باقی نمی‌گذارد؛ ولی باید پذیرفت که هر حرفه یا شغل، پالت رنگی خاص خود را دارد. درباره رنگ پرچم ایران و مفاهیم آن، «حسن‌نیا» گفته است: سه رنگ اصلی پرچم ایران بر اساس نظام اسطوره‌شناسی ژرژ دومزیل نمادی از طبقات سه‌گانه ایرانی بوده و در این میان، سفید نماد شاهی، قرمز نماد جنگاوری و شجاعت و رنگ سبز نشانه کشاورزی و برزگران بوده است (حسن‌نیا، ۱۳۹۶، ص. ۱).

## بحث و تحلیل

چهار کارکرد رنگ در طراحی گرافیک به نقل از «بری و مارتین»<sup>۵</sup> عبارتند از: جلب توجه، تمرکز بر اثر، انتقال اطلاعات و ماندگاری اطلاعات در ذهن (بری و مارتین، ۱۹۹۱، ص. ۶). چنانکه از همین دیدگاه به رنگ در پوسترهای با موضوع ایران نگاه شود، می‌توان گفت، در پوسترهای مورد بررسی رنگ‌ها از دیدگاهی مورد توجه هستند که اطلاعاتی از ایران را بازنمایی کنند و دیگر کارکردهای رنگ در اولویت بعد هستند؛ از سوی دیگر کارکرد پوستر در گرافیک همواره پیام‌رسانی سریع بوده که با ترکیب و هم‌رسانی دو عنصر شکل و رنگ به سامان می‌رسد؛ بنابراین بازنمایی پیامی که اثر برای آن طراحی شده همواره مهم و پراهمیت بوده؛ اما در خلال این پیام‌رسانی، متغیرهای مداخله‌گر دیگری چون سبک و تکنیک طراح، سبک ملی، تأثیر سبک‌ها و جنبش‌های هنری معاصر و خواست‌های سفارش‌دهنده هم در برآیند نهایی اثر تأثیرگذارند؛ همچنین ادراک شایسته پیام به‌وسیله مخاطب، وجه دیگر اثر گرافیک است؛ که با هم آفق شدن فرستنده و گیرنده پیام امکان‌پذیر می‌شود. همچنین «هال» در نظریه دریافت خود استدلال می‌کند در خلال رمزگشایی و رمزگذاری، امکان استنباط بیش از یک برداشت یا قرائت از متون رسانه‌ای وجود دارد؛ یعنی میان پیامی که به‌وسیله فرستنده رمزگذاری می‌شود و آنچه از سوی مخاطب رمزگشایی می‌شود، لزوماً انطباق یا همانندی وجود ندارد (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲، ص. ۲۶۶ به نقل از Hall, 1973) مطالعه رنگ ایرانی در آثار گرافیک با موضوع ایران، منحصراً بررسی ترجمه رنگی از کلمه ایران در پوسترهایی است که یک وجه از موضوعش درباره ایران است.

**تصویر ۱:** که موضوع آن دوسالانه سفال معاصر ایران است، رنگ‌های غالب، به ترتیب سطح رنگ، مشکی، آجری و رنگ لاکی تیره است که بر زمینه‌ای سفید نقش بسته‌اند. نمونه‌برداری رنگی سه رنگ گفته شده در پایین تصویر، نشان داده شده است. چنانکه موضوع این اثر، به دو بخش یا عنصر، سفال و ایران تقسیم شود؛ رنگ آجری روشن، پایین تصویر به صورت مشترک، مرتبط با سفال و ایران است. آجری رنگی آشنا و پربسامد برای مخاطب ایرانی است و قرمز لاکی تیره نیز چنین کارکردی دارد. اولی اغلب در بناهای سنتی و دومی در دست‌بافته‌ها و صنایع ایران به کرات قابل رؤیت است. بر اساس سه‌گانه نظام نشانه‌شناسی، تصویر سفال و رنگ آجری برای سفال نمادی شمایی با دلالت معنایی صریح است؛ در حالی که رنگ آجری برای بازنمایی ایران تصویری نمایه‌ای با دلالت معنایی غیرصریح است؛ به عبارتی، گونه ارجاع دو عنصر موضوعی پوستر به لحاظ دلالت معنایی متفاوت است که در ادامه از همین دیدگاه به تحلیل موضوع پرداخته می‌شود.





- تصویر ۱. طراح: مصطفی اسدالهی. منبع: مشکى، ۱۳۸۲، ص. ۵۹.
- تصویر ۲. طراح: محسن محمد وليجى. منبع: انجمن صنفى طراحان گرافيك ايران، ۲۰۰۴، ص. ۹۰.
- تصویر ۳. طراح: فرشيد مثقالى، فرهنگ و ارشاد اسلامى، ۱۳۸۶، ص. ۳۱.
- تصویر ۴. طراح: قباد شيوا. منبع: مؤسسه فرهنگى پژوهشى نشر نظر، ۱۳۸۲، ص. ۷۲.
- تصویر ۵. طراح: مصطفى اسدالهى. منبع: مشکى، ۱۳۸۳، ص. ۶۱.
- تصویر ۶. طراح: مرتضى مميز. منبع: مؤسسه فرهنگى پژوهشى نشر نظر، ۱۳۸۶، ص. ۱۰.
- تصویر ۷. طراح: مرتضى مميز. منبع: مؤسسه فرهنگى پژوهشى نشر نظر، ۱۳۸۶، ص. ۱۰.
- تصویر ۸. طراح: قباد شيوا. منبع: <https://iranhonar2008.mihanblog.com>
- تصویر ۹. طراح: مصطفى اسدالهى. منبع: مشکى، ۱۳۸۳، ص. ۲۱.
- تصویر ۱۰. طراح: على خورشيدپور. منبع: انجمن هنرهاى تجسمى ايران، ۱۳۷۳، ص. ۱.
- تصویر ۱۱. طراح: قباد شيوا. منبع: انجمن صنفى طراحان گرافيك ايران، ۱۳۸۶، ص. ۳۱۰.
- تصویر ۱۲. طراح: نرگس صفايى. منبع: انجمن صنفى طراحان گرافيك ايران، ۱۳۸۶، ص. ۲۶۹.

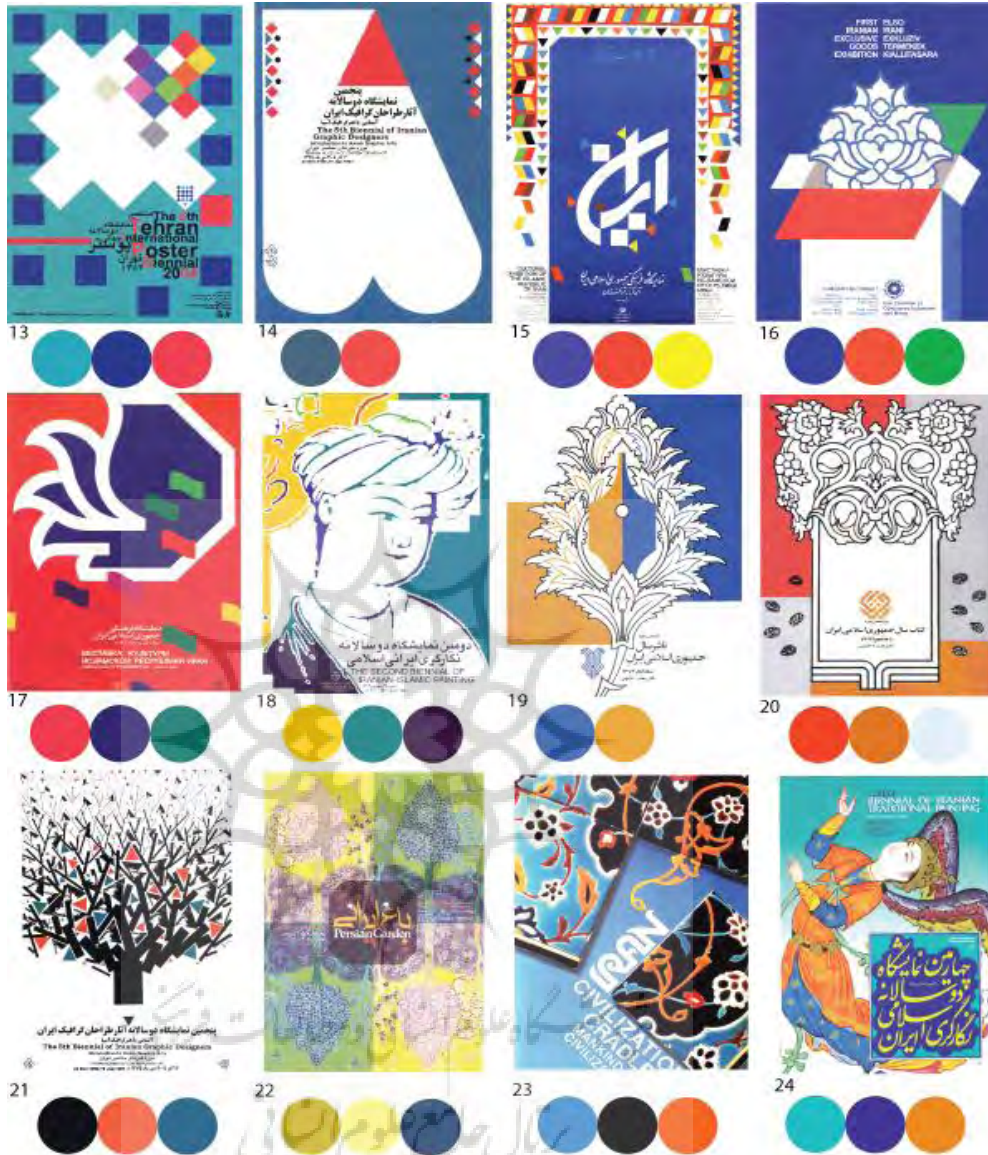
**تصویر ۲:** موضوع این تصویر، هشتمین دوسالانه پوستر تهران است که به علت وقوع این رویداد در پایتخت، نام تهران در این اثر، ارجاع به ایران دارد. زمینه این اثر سفید و سهرنگ اصلی آن، لاکه، زرد روشن و آبی هستند. در پایین اثر هم نمونه رنگ‌های آن انتخاب و برجسته شده است. در این اثر، دو عنصر نقش و رنگ با یکدیگر ضمن هم‌رسانی موضوع، نقشی هویت‌نمایانه نیز دارند و معنایی غیرصریح یا تحت‌اللفظی از ایران را به نمایش گذاشته‌اند. این معنای تحت‌اللفظی نمایه‌ای از نقش و رنگ مرتبط با ایران است؛ البته این بدان معنی نیست که دو شکل و رنگ مورد اشاره در این اثر اصالتاً ایرانی‌اند.

**تصاویر ۳ تا ۱۱:** آثاری هستند که به وسیله طراحانی مختلف و اغلب شاخص، برای نمایشگاه‌های سالانه یا دوسالانه گرافیک، تصویرسازی و نقاشی ایران طراحی شده‌اند. در غالب آثار گفته شده، طیف‌هایی از رنگ زرد و در سطحی محدودتر، رنگ لاکه دیده می‌شود. به جز در **تصاویر ۳، ۴، ۸** رنگ زرد این دسته آثار، ترجمانی از ایرانی بودن اثر نبوده است. درباره **تصویر ۸** به طور خاص باید اشاره کرد که طراح این اثر ضمن اینکه شناخت ویژه‌ای از فرهنگ ایرانی دارد، همواره از پالت رنگ ایرانی در کارهایش بهره برده است، به گونه‌ای که دایره‌المعارف بریتانیکا درباره یکی از کارهای این طراح (پوستر هشتمین سال بزرگداشت سعدی شیرازی) نوشته است: در اواخر قرن بیستم، «قباد شیوا»، طراح گرافیک ایرانی، از پالت رنگ، خطاطی سنتی عربی و کتاب‌آرایی نسخ خطی فارسی باستان الهام گرفت و آن را در مجموعه آثار گرافیکی خود از جمله بسته‌بندی، تبلیغات و طراحی عنوان مجلات به کار گرفت؛ برای مثال، پوستر او در سال (۱۹۸۴) که به مناسبت هشتمین سالگرد تولد شاعر مشهور ایرانی «سعدی» طراحی شده، توانایی و کنترل بی‌نظیر وی را در ایجاد یک تصویر پرجنب‌وجوش با رنگ نشان می‌دهد. مجموعه آثار او نشان داد که ادامه سنت کتاب‌های خطی فارسی باستان، با اصلاحاتی، در چارچوب طراحی معاصر امکان‌پذیر است (<https://iranicaonline.org>).

**تصویر ۱۲:** اثر دیگری مرتبط با ایران است که خط ایرانی نستعلیق نشان از ایرانی بودن آن است و رنگ در این اثر، فاقد کارکرد خاصی است.

**تصاویر ۱۳ و ۱۴:** دو اثر از یک طراح است که اولی برای دوسالانه پوستر تهران و دومی برای دوسالانه طراحان گرافیک ایران طراحی شده‌اند. قبلاً گفته شد که نام تهران به علت مرکزیت، در برخی از این پوسترها ارجاع به ایران دارد. در **تصویر ۱۳** فرم هندسی برگرفته از نقوش معماری و در مرحله بعد رنگ سبزی نزدیک به فیروزه ایرانی، شکلی از ارتباط بین‌الذهانی را با مخاطب ایرانی به نمایش گذاشته، در حالی که در **تصویر ۱۴** شکل نوشتار فارسی و شکل منفی عدد ۵ فارسی در زمینه پوستر، این کارکرد را به نمایش گذاشته و رنگ اثر فاقد چنین کارکردی است.

**تصاویر ۱۵ تا ۲۱:** در غالب این آثار، فضای مشابهی که مبین سبک شخصی طراح است دیده می‌شود. این فضای مشابه، شامل فرم‌هایی تا حدودی محکم با رنگ‌های تخت واضح و پرکنتراست، است. **تصویر ۱۳** این طراح الهام گرفته از فرم شناخته شده فرش و زیراندازهای ایرانی است که با شکل «ن» کلمه ایران که برگرفته از خط شکسته‌نستعلیق است، به سامان رسیده است؛ همچنین **تصویر ۱۶** که موضوع آن نمایشگاه تجاری ایران در کشور دیگری است، با فرمی منتسب به فرهنگ بصری ایرانی در تلفیق با موضوع پوستر، رنگ‌های پرچم ایران را



تصویر ۱۵. طراح: مصطفی اسدالهی.

منبع: مشکى، ۱۳۸۳، ص. ۸۳.

تصویر ۱۸. طراح: مصطفی اسدالهی.

منبع: مشکى، ۱۳۸۳، ص. ۵۱.

تصویر ۲۱. طراح: مصطفی اسدالهی.

منبع: مشکى، ۱۳۸۳، ص. ۴۵.

تصویر ۲۴. طراح: علی وزیریان.

منبع: وزیریان، ۱۳۹۰، ص. ۴۸.

تصویر ۱۴. طراح: مصطفی اسدالهی.

منبع: مشکى، ۱۳۸۳، ص. ۵۳.

تصویر ۱۷. طراح: مصطفی اسدالهی.

منبع: مشکى، ۱۳۸۳، ص. ۵۳.

تصویر ۲۰. طراح: مصطفی اسدالهی.

منبع: مشکى، ۱۳۸۳، ص. ۴۹.

تصویر ۲۳. طراح: رضا میر مقتدایی و فروزان

یزادنی. منبع: انجمن هنرهای تجسمی ایران، ۱۳۷۳، ص. ۱۰۰.

تصویر ۱۳. طراح: مصطفی اسدالهی.

منبع: مشکى، ۱۳۸۳، ص. ۶۱.

تصویر ۱۶. طراح: مصطفی اسدالهی.

منبع: مشکى، ۱۳۸۳، ص. ۶۵.

تصویر ۱۹. طراح: مصطفی اسدالهی.

منبع: مشکى، ۱۳۸۳، ص. ۴۹.

تصویر ۲۲. طراح: مونا رحیمزاده.

منبع: دفتر امور هنرهای تجسمی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۶، ص. ۱۲۳.



بازنمایی کرده است. در میان رنگ‌های این اثر، رنگ آبی بیشترین نسبت را با فرهنگ بصری ایران دارد؛ همچنین در میان آثار این طراح، **تصویر ۱۸** بیشترین نسبت رنگی را با رنگ‌هایی که از ایران می‌شناسیم، دارد. در اینجا منظور از رنگ‌های شناخته شده از ایران، رنگ پربسامد دیده شده از ایران است. در سایر آثار این طراح، کارکرد رنگ در خدمت موضوع و نیز مبین سبک شخصی وی است.

**تصاویر ۲۲ تا ۲۴:** در **تصویر ۲۲** که موضوع آن باغ ایرانی است، رنگ نخودی و سپس نوشتار و مرکزیت آن و نیز تقارن چهارگانه پیرامون نوشتار، فضای ایرانی را هم‌رسانی کرده و این هم‌رسانی در **تصویر ۲۳** که موضوع آن «ایران مهد تمدن» است، عناصر شناسا و ملموس‌تری برای مخاطب آشنا با ایران دارد؛ همچنین در **تصویر ۲۴** که موضوع آن چهارمین دوسالانه نگارگری ایران است، این بازنمایی با عناصر دیگری که مرتبط با موضوع است، به سامان رسیده است. نکته حائز اهمیت آن است که طراحان ایرانی در موضوع‌هایی که پیشینه بصری آن در ایران ریشه‌دار است و برای آن‌ها مأخذ و ارجاع بصری وجود دارد، کمتر از عناصر انتزاعی بهره برده‌اند. مثال آن **تصاویر ۸، ۲۴ و ۳۰** است.

**تصویر ۲۵:** این اثر در گام اول بازنمای موضوع و سبک شخصی طراح است؛ اما عنصری از فرم و رنگ ایرانی که در تصویر گل (برآمده از نقوش گل و مرغ ایرانی) سمت چپ بازنمایی شده، آن را به پیشینه بصری ایران متصل کرده است.

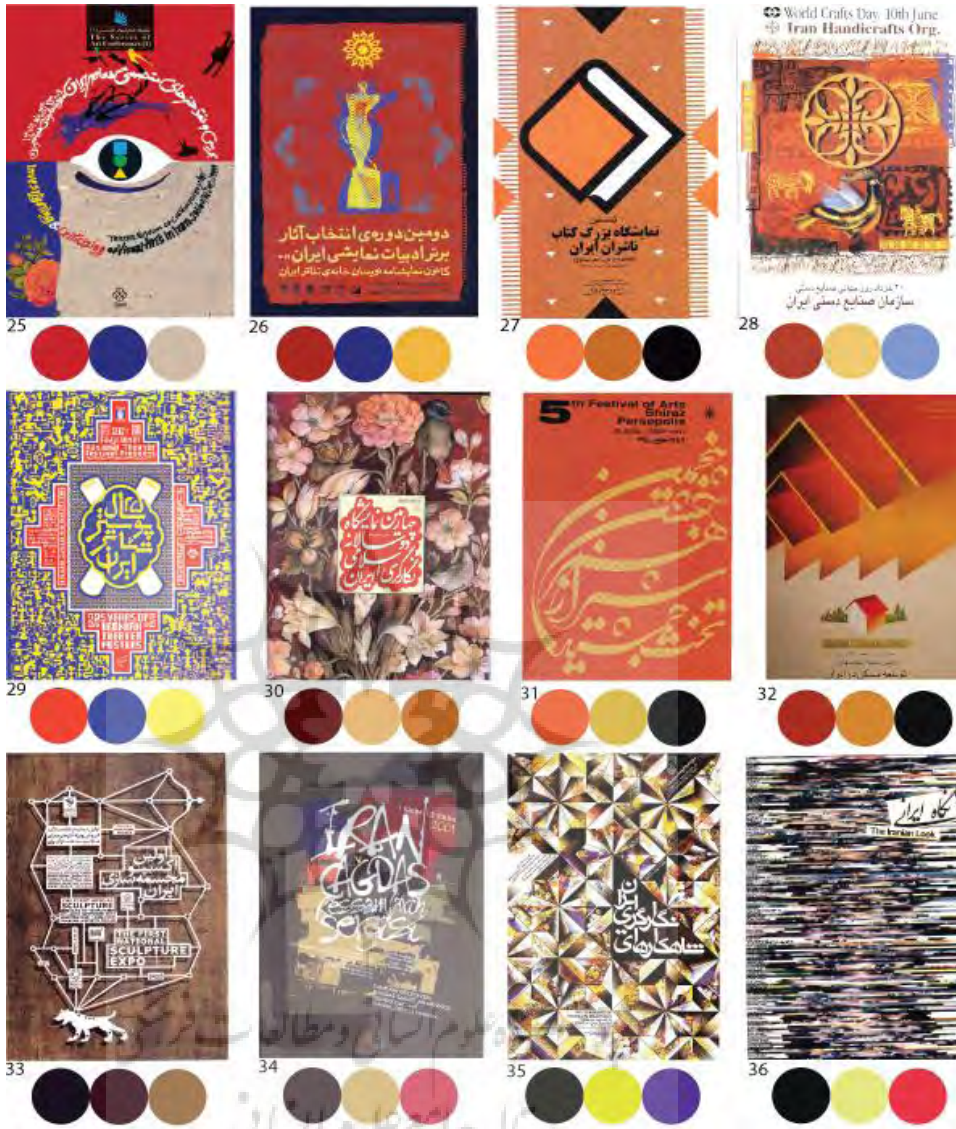
**تصاویر ۲۶ تا ۲۸:** در **تصویر ۲۶** که موضوع آن ادبیات نمایشی است دو طیف از رنگ‌های برآمده از سنت بصری ایرانی، یعنی قرمز لاکه و نخودی به نمایش درآمده و این نمایش در **تصویر ۲۷** با کاربرد طیفی از رنگ آجری بازنمایی شده است؛ همچنین در **تصویر ۲۸** که موضوع آن صنایع‌دستی ایران است، طیف‌هایی از رنگ‌ها و شکل‌های مرتبط با موضوع که خود ریشه در سنت بصری ایران دارد، بازنمایی شده است. این اثر نیز سند دیگری است که، طراحان ایرانی در موضوعاتی که پیشینه بصری آن موجود است، به سنت بصری خود وفادارترند.

**تصاویر ۲۹ تا ۳۲:** در **تصویر ۲۹** که موضوع آن ۲۵ سال پوستر ایران است، ترجمان تصویری ایران، ترکیبی از نقش قالی و معماری ایرانی است؛ اما در **تصویر ۳۰** که موضوع آن نگارگری ایرانی است، ایرانی بودن اثر با دو عنصر بصری رنگ و شکل به اضافه خط نستعلیق به نمایش درآمده است. در **تصویر ۳۱** که جشن هنر شیراز و نمودی از دیرینگی و دیرپایی ایران است، طیفی از رنگ قرمز لاکه روشن با ترکیبی از خط شکسته به تصویر درآمده است؛ اما در **تصویر ۳۲** بازنمایی ایران با طیفی از رنگ‌های مرتبط با معماری ایرانی و مرتبط با موضوع به نمایش درآمده است.

**تصاویر ۳۳ تا ۳۴:** در **تصویر ۳۳** که موضوع آن اولین اکسپوی مجسمه‌سازی ایران است، رنگ نقش چندان در بازنمایی واژه ایران ندارد؛ در حالی که در متن **تصویر ۳۴** طیفی از رنگ‌های مرتبط با پیشینه فرهنگی ایران قابل خوانش است.

**تصویر ۳۵:** بیان مفهوم ایرانی اثر نخست برآمده از فرم و سپس متکی به تلفیقی از طیف گرم، رنگ‌های آشنای ایرانی، چون لاکه و نخودی است.

**تصویر ۳۶:** موضوع این تصویر که نگاه ایرانی است، به نوشته‌ای از سنت نوشتاری ایران مزین شده و طیف‌های مختلف رنگی، عمدتاً هم‌رسان موضوع اثر است.



- تصویر ۲۵. طراح: قباد شیوا. منبع: شیوا، ۱۳۸۲، ص. ۱۰.
- تصویر ۲۶. طراح: محمد صابر. منبع: مرکز هنرهای تجسمی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۶، ص. ۸۳.
- تصویر ۲۷. طراح: مصطفی اسدالهی. منبع: مشکى، ۱۳۸۳، ص. ۷۹.
- تصویر ۲۸. طراح: بیژن جناب. منبع: انجمن هنرهای تجسمی ایران، ۱۳۷۵، ص. ۲۶.
- تصویر ۲۹. طراح: پیمان پورحسن. منبع: انجمن طراحان گرافیک ایران، ۱۳۸۹، ص. ۶۷.
- تصویر ۳۰. طراح: علی وزیریان. منبع: وزیریان، ۱۳۹۰، ص. ۷۷.
- تصویر ۳۱. طراح: قباد شیوا. منبع: مؤسسه فرهنگی پژوهشی نشر نظر، ۱۳۸۶، ص. ۸۹.
- تصویر ۳۲. طراح: حمید عجمی. منبع: انجمن هنرهای تجسمی ایران، ۱۳۷۵، ص. ۳۰.
- تصویر ۳۳. طراح: آریا کسایى. منبع: انجمن طراحان گرافیک ایران، ۱۳۸۹، ص. ۲۲۱.
- تصویر ۳۴. طراح: سیامک فیلی زاده. منبع: مؤسسه توسعه هنرهای تجسمی، ۱۳۸۵، ص. ۲۲۴.
- تصویر ۳۵. طراح: ایرج میرزا علی خانی. منبع: انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران، ۱۳۸۹، ص. ۲۱۷.
- تصویر ۳۶. طراح: مسعود نجابتی. منبع: مشکى، ۱۳۸۵، ص. ۶۳.



- تصویر ۳۷.** طراح: اثر رضا عابدینی موضوع: نمایشگاه پوسترهای فرهنگ ایرانی، سال ۱۳۸۶. منبع: <https://geotypografika.com>
- تصویر ۳۸.** طراح: مجید عباسی. منبع: انجمن طراحان گرافیک ایران، ۱۳۸۹، ص. ۲۲۹.
- تصویر ۳۹.** طراح: حسین درخشانی. و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۶، ص. ۲۵۸.
- تصویر ۴۰.** طراح: مرتضی ممیز، مصطفی اسدالهی، مسعود سپهر. منبع: ششمین نمایشگاه گرافیک معاصر ایران، ۱۳۷۸، ص. ۱۴۰.
- تصویر ۴۱.** طراح: مرتضی ممیز. منبع: انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران، ۱۳۸۰، ص. ۲.
- تصویر ۴۲.** طراح: کریست هوپان. منبع: انجمن هنرهای تجسمی ایران، ۱۳۷۳، ص. ۹۶.
- تصویر ۴۳.** طراح: فرزاد ادیبی. منبع: مشک، ۱۳۸۴، ص. ۸۴.
- تصویر ۴۴.** طراح: فرزاد ادیبی. منبع: مشک، ۱۳۸۴، ص. ۸۴.
- تصویر ۴۵.** طراح: حسین عبدالمحمدزاده. منبع: انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران، ۱۳۹۰، ص. ۲۴۴.
- تصویر ۴۶.** طراح: محسن سید محمودی. منبع: انجمن هنرهای تجسمی ایران، ۱۳۷۸، ص. ۴۴.
- تصویر ۴۷.** طراح: مرتضی آکوچکیان. منبع: انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران، ۱۳۸۹، ص. ۶۴.
- تصویر ۴۸.** طراح: کوروش پارسا نژاد. منبع: <https://rangmagazine.ir>



**تصویر ۳۷:** یک بخش از اثری سه قسمتی است که عنوان آن نمایشگاه پوسترهای فرهنگ ایران است، طراح این اثر، ایران را با رنگی از خاک و خوشنویسی آن بازنمایانده است.

**تصویر ۳۸:** با موضوع واریاسیون‌های ایرانی، به نظر با رنگ نخودی نزدیک به طلایی بازنمایی شده است؛

**تصویر ۳۹:** با موضوع مردم‌شناسی ایرانی، از خط نستعلیق برای بازنمایی نام ایران بهره گرفته شده است.

**تصویر ۴۰:** کار مشترک سه طراح شاخص ایرانی است، این اثر تلفیقی از رنگ‌های سنتی ایران و نیز تصویری شاخص و پرافتخار از روزگار عظمت این گستره تمدنی است.

**تصاویر ۴۱ و ۴۲:** در تصویر ۴۱ رنگ و شکل پوستر در راستای موضوع اثر بوده؛ اما در تصویر ۴۲ که موضوع آن جشنواره فیلم‌های ایرانی در ارمنستان است، گل لوتوس که تصویری منتسب به ایران است، این کارکرد را داشته است.

**تصاویر ۴۳ و ۴۵:** در این دو اثر، ایرانی بودن اثر غالباً با عناصری نشان داده شده که ریشه در سنت بصری ایران داشته‌اند؛ ضمن اینکه، سبک و تکنیک بصری طراح، نیز بازنمایی شده است.

**تصاویر ۴۵ و ۴۶:** در تصویر ۴۵ که مانند تصویر ۳۶ موضوع آن نگاه ایرانی است، نوشتار نستعلیق، ترجمان مفهوم ایرانی اثر شده و در تصویر ۴۶ رنگ و شکل به صورت همزمان، ضمن هم‌رسانی مرتبط با موضوع، بازنمای مفهوم ایرانی اثر بوده است.

**تصویر ۴۷:** موضوع این تصویر دومین جشنواره ملی گل‌های بایونه است. در این پوستر، عنصر ملیت مفهومی دیگر از ایرانی بودن است، که با زمینه آجری به تصویر کشیده شده است.

**تصویر ۴۸:** عناصر این اثر این خط شکسته و نیز تصویری از درخت اسطوره‌ای سرو است که بازنمای، ایرانی بودن اثر شده است.



**تصویر ۵۱:** طراح: مهدی فدوی.  
منبع: مرکز هنرهای تجسمی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۸، ص. ۸۴.

**تصویر ۵۰:** طراح: بابک فروتنی و فرزانه حامدی.  
منبع: انجمن هنرهای تجسمی ایران، ۱۳۷۵، ص. ۲۳.

**تصویر ۴۹:** طراح: امین فرهمندزاده.  
منبع: دفتر امور هنرهای تجسمی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۶، ص. ۲۷۳.

**تصویر ۵۲:** طراح: مهدی رحیمی.  
منبع: مرکز هنرهای تجسمی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۸، ص. ۸۴.



**تصاویر ۴۹ تا ۵۴:** در تصویر ۴۹ که موضوع آن جشنواره آیین‌های ملی ایران است، نماد ایرانی بودن اثر را شکل نمایندگی کرده و در تصویر ۵۰ چه در فرم چه در رنگ اثر، سویه قابل توجهی از عنصر ایرانییت بازنمایی نشده است. در این پوستر و پوستری‌های بعدی (تصاویر ۵۱ و ۵۲) موضوع پوستر، بازنمایی شده است؛ همچنین در تصویر ۵۳ دو طیف از رنگ سبزی و نخودی در قالبی مرتبط با موضوع که نمایشگاه هنری ایران است، بازنمایی شده است. در تصویر ۵۴ که به‌گونه‌ای مرتبط با تصویر ۱۸ و از همان طراح است، رنگ‌های مرتبط با فرهنگ بصری ایران و نیز فرم مرتبط با موضوع اثر، بازنمایی شده است. عناصر تصویر ۵۵ علی‌رغم اینکه موضوع آن سومین نمایشگاه دوسالانه نقاشی ایران است، به‌طور عمده متمرکز بر بیان بصری موضوع بوده است.



تصویر ۵۵. طراح: مصطفی اسدالهی.

منبع: مشکئی، ۱۳۸۳، ص. ۲۱.

تصویر ۵۸. طراح: قباد شیوا. منبع: مؤسسه

فرهنگی پژوهشی نشر نظر، ۱۳۸۶، ص. ۸۳.

تصویر ۶۱. طراح: اثر مسعود نجابتی، موضوع:

نمایشگاه نقاشان معاصر ایران در زاگرب.

منبع: مشکئی، ۱۳۸۵، ص. ۸۱.

تصویر ۵۴. طراح: مصطفی اسدالهی.

منبع: مشکئی، ۱۳۸۳، ص. ۴۹.

تصویر ۵۷. طراح: قباد شیوا. منبع: مؤسسه

فرهنگی پژوهشی نشر نظر، ۱۳۸۶، ص. ۸۳.

تصویر ۶۰. طراح: مصطفی اسدالهی.

منبع: مشکئی، ۱۳۸۳، ص. ۱۹.

تصویر ۵۳. طراح: مسعود نجابتی.

منبع: مشکئی، ۱۳۸۵، ص. ۱۴.

تصویر ۵۶. طراح: ابوالفضل همتی آهویی.

منبع: انجمن هنرهای تجسمی ایران، ۱۳۷۸،

ص. ۵۰.

تصویر ۵۹. طراح: قباد شیوا. منبع: مؤسسه

فرهنگی پژوهشی نشر نظر، ۱۳۸۶، ص. ۸۹.

**تصویر ۵۶:** موضوع این اثر نگارگری ایرانی اسلامی است که در آن شکل و رنگ به عنوان عناصر ایرانی به همراه هم و مرتبط با موضوع با ترکیبی از تکنیک و لحن بصری طراح این پوستر بازنمایی شده است.

**تصاویر ۵۷ و ۵۸:** از یک طراح است و بر پیشانی آن‌ها، نام ایران آمده رنگ در این دو اثر، بازنمایی موضوع بوده و حسی از ایران صریحی از ایران در این دو اثر دیده نمی‌شود.

**تصویر ۵۹:** که از طراح قبلی است، دو عنصر فرم و رنگ در آن هم‌راستا و مکمل هم، بازنمای ایران هستند. به نظر می‌رسد طراح این اثر مانند قبل از پالت رنگ خاص ایرانی خود را بهره گرفته است.

**تصویر ۶۰:** در این تصویر حس ایرانی بودن اثر با رنگ قرمز لاک‌ی القا شده است.

**تصویر ۶۱:** در این اثر طیفی از رنگ قرمز لاک‌ی با گستره‌ای قابل توجه، می‌تواند بازنمای رنگ ایران باشد.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات  
رتال جامع علوم انسانی

**تصویر ۶۳:** طراح: محمد احصایی.

منبع: انجمن طراحان گرافیک ایران، ۲۰۰۴، ص. ۲۰۶.

**تصویر ۶۵:** طراح: فرزاد ادیبی.

منبع: <https://instagram.com>.

**تصویر ۶۲:** طراح: محمد احصایی.

منبع: انجمن طراحان گرافیک ایران، ۲۰۰۴، ص. ۲۰۶.

**تصویر ۶۴:** طراح: فرزاد ادیبی.

منبع: <https://instagram.com>.

**تصاویر ۶۲ و ۶۳:** این دو اثر با ترکیبی از خطوط ایرانی و عربی و نوشتار شکسته‌نستعلیق بازنمای ایران بوده‌اند. علی‌رغم اینکه حس ایرانی بودن از **تصویر ۶۲** چندان دریافت نشده؛ اما به نظر، رنگ آبی زمینه و نیز نوشتار شکسته‌نستعلیق **تصویر ۶۳** تا حدودی مخاطب را در این خصوص به اقناع رساند. گفتنی است که تفسیر **تصویر ۶۲** هم‌راستای تفسیر معنای شبه‌تعاملی رسانه‌ای شده تامپسون است. دلیل آن تضعیف مقدار عناصری است که

به عنوان عناصری ایرانی می شناسیم. تامسپون در نظریه شبه تعامل رسانه‌ای شده خود، می گوید: دریافت مخاطب از پیام رسانه‌ها غیرمستقیم (که گرافیک هم جزء آن است) بازاندیشانه، باز و با توجه به بافت فکری مخاطب است (مهدی زاده، ۱۳۹۲، ص. ۱۳۷ به نقل از تامسپون، ۱۳۷۹). در مقابل در تصویر ۶۳ رنگ آبی زمینه که مشابه طیف رنگ‌هایی به‌وفور دیده شده در معماری ایران است به‌همراه خط نستعلیق، حس ایرانی اثر را تعمق بخشیده است. تصاویر ۶۴ و ۶۵: در تصویر ۶۴ دو عنصر رنگ و فرم بازنمای ایران و نیز موضوع اثر بوده‌اند. در این اثر، رنگ خودی، قرمز لاک‌ی و آکر که به‌گونه‌ای همسان یا بعضاً جایگزین طلایی است با نوشتاری از نستعلیق به سامان رسیده است؛ اما در تصویر ۶۵ رنگ قرمز لاک‌ی و نیز تاحدودی آبی سوبه‌ای دیگر از ایرانی بودن اثر را نشان داده است.



**نمودار ۱.** گستره رنگ‌های پربسامد از پوسترهای با موضوع ایران، در فرآیند تهیه این شکل رنگ نمونه‌برداری شده از آثار متن در این شکل جای‌گذاری شد و هر رنگ به‌عنوان یک واحد رنگی چیده شده است. لازم به توضیح است میان برخی از طیف‌های قرمز تیره و زردها و نیز زردها به سبزابی همپوشانی وجود دارد که دلیل آن، نزدیک بودن طیف‌های رنگی به یکدیگر است. همانطور که قبلاً هم گفته شد، رنگ سفید در این نمونه‌ها منظور نشده است؛ همچنین ردیف‌های رنگی زیر برخی از گام‌های رنگی، گام‌های میانه این رنگ‌هاست. منبع: نگارنده

## بحث پیش از نتیجه گیری

اطلاق یک یا چند رنگ به یک کشور به طور نسبی، از طریق تکرار یا کاربرد آن در طول زمان و شکل گیری خاطرات جمعی با آن‌ها؛ ارتباط آن با سرزمین و رنگ پوست یا وجود رنگدانه‌های خاص در یک اقلیم؛ کاربرد طولانی مدت رنگی خاص در محصولات تولیدی؛ ارتباط آن با آیین، مذهب، ایدئولوژی یا قومیت و مانند آن امکان پذیر است. مرور کلی برخی از شاخه‌های هنری ایرانی چون معماری، پوشاک، صنایع دستی، سفالگری، کتاب آرایی و مانند آن نشان داد که طیف رنگ‌های منتسب به هر رشته یا حرفه در ایران، با توجه به جنسیت و مصالح هر کدام از شاخه‌های هنری متفاوت است؛ در این پژوهش، منظور از رنگ شاخص در هر رشته‌ای، رنگ غالب آن است. رنگ ایرانی در گرافیک هم از همین منظر بررسی شده است؛ از این رو با توجه به آراء شبه‌تعاملی رسانه‌ای شده تامپسون که تفسیر رسانه‌های یک‌سویه غیرمستقیم که گرافیک هم جزء آن است، بازاندیشانه و با توجه به بافت ذهنی دریافت کننده پیام است. از خوانش پوسترهای با موضوع ایران در انتها؛ با پیش‌رو قراردادن نتایج **نمودار ۱** یافته‌های این پژوهش ارائه می‌شود. پربسامدترین رنگ‌های مرتبط با ایران در پوسترهای مورد نظر با تلفیقی از شیوه‌های کمی و کیفی پژوهش بر اساس جامعه آماری، نخست قرمز لاکه و طیف‌های نزدیک به آن، **نمودار ۱-۱** و سپس زرد و طلایی و طیف‌های نزدیک به آن، **نمودار ۱-۲**؛ و پس از آن آبی و طیف‌های نزدیک به تیره و فیروزه‌ای است (**نمودار ۱-۳**). پس از این سه دسته طیف رنگی، همانگونه که در **نمودار ۱-۴** و **۱-۵** دیده می‌شود، طیف نزدیک به مشکی و سپس سبز، پربسامدترین رنگ‌ها در پوسترهای با موضوع ایران بوده است.

## نتیجه

بر اساس نتایج به دست آمده از این پژوهش که با بررسی تعداد قابل اعتنایی از پوسترهای با موضوع ایران به دست آمد، به ترتیب، طیفی از رنگ‌های قرمز لاکه، سپس زرد، طلایی، طیف‌های نزدیک به آن و پس از آن آبی و طیف‌های نزدیک به تیره و فیروزه‌ای پربسامدترین رنگ‌هایی بودند که در پوسترهای مرتبط با ایران با توجه به موضوع اصلی پوسترها به کار برده شده‌اند. پس از آن طیف‌های مشکی پر بسامد بوده است. یک وجه اعتبار این نتیجه، کم بسامدی برخی از رنگ‌های شاخص یا اصلی دیگر چون قرمز، سبز و بنفش است. در واقع نظام رسانه‌ای که گرافیک هم جزء آن است، موجب نمادین شدن رنگ‌هایی در گرافیک شده که برخاسته از پالت رنگی دیگر عناصر فرهنگ بصری ایرانی و برآیند آن، رنگ‌هایی از ایران است که بر اساس تعلقات طراح، سفارش‌دهنده یا مخاطب به عنوان رنگ ایران بازنمایی شده است. بر این اساس، می‌توان گفت طراحان گرافیک ایرانی ضمن وفاداری به سبک و پالت رنگ خود، برای بازنمایی رنگ ایرانی، به جز رنگ سازمانی، پرچم رسمی کشور، به رنگ‌های با پشتوانه فرهنگی خود نیز رجوع کرده‌اند. این رنگ‌ها اغلب برآمده از محیط، فرهنگ و فرهنگ بصری چون محصولات صنایع دستی، کالاهای فرهنگی هنری، دست‌ساخته‌ها، زیست‌بوم، هنرهای سنتی، معماری ایرانی اسلامی و خوشنویسی است. منشأ قرمز لاکه فرش و برخی از صنایع دستی و پوشاک ایرانی است؛ همچنین منشأ رنگ نخودی و طیف‌های آن اقلیم ایرانی، مسکن بومی و منحصراً خاک ایران و منشأ رنگ فیروزه‌ای و طیف‌های آبی، کاشی کاری ایرانی است. به دلیل اینکه گرافیک با مفهوم امروزی خود در ایران فاقد سابقه‌ای طولانی است و مانند معماری با فرش ایران در همه دوره‌های تاریخی ایران حضور نداشته، در این میان، مرتبط‌ترین حرفه هنری سنتی



با گرافیک نوین ایران، سنت خوشنویسی و کتاب‌آرایی ایرانی است که طیف‌های غالب رنگ این دو، زرد روشن و طلایی است؛ ضمن اینکه دو رنگ گفته شده و طیف‌های آن مرتبط با اقلیم و زیست‌بوم ایران نیز هستند.

## پی‌نوشت

1. Eye drapper
2. Adobe Illustrator
3. Daniel Lakens
4. Qiuyue Zeng, Minglang Yang
5. Berry, Susan & Martin, Judy

## منابع

- اسماعیلی، ستایش و سلیمانی، صدیقه. (۱۳۹۶). مقایسه تطبیقی کاربرد رنگ در معماری اسلامی چین و ایران. کنفرانس سالانه پژوهش‌های معماری، شهرسازی و مدیریت شهری، شیراز، ایران.
- انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران. (۱۳۸۲). هشتمین نمایشگاه دوسالانه جهانی پوستر تهران. تهران: انجمن صنفی طراحان گرافیک.
- انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران. (۱۳۸۶). نهمین دوسالانه جهانی پوستر تهران. تهران: انجمن صنفی طراحان گرافیک.
- انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران. (۱۳۸۹). مجموعه آثار کتاب سرو نقره‌ای ۸۹. تهران: نشر نظر.
- انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران. (۱۳۹۰). مجموعه آثار کتاب سرو نقره‌ای ۹۰. تهران: نشر نظر.
- انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران. (۱۳۸۰). گرافیک ایران ۱: اولین کتاب آثار برگزیده طراحان گرافیک ایران. تهران: داروگ نو.
- انجمن هنرهای تجسمی ایران، موزه هنرهای معاصر و انجمن طراحان گرافیک ایران. (۱۳۷۳). مجموعه آثار چهارمین دو سالانه گرافیک ایران: تهران: انجمن طراحان گرافیک ایران.
- انجمن هنرهای تجسمی ایران. (۱۳۷۵). گرافیک معاصر ایران، گزیده آثار پنجمین نمایشگاه گرافیک معاصر ایران. تهران: انجمن هنرهای تجسمی ایران.
- انجمن هنرهای تجسمی ایران. (۱۳۷۸). گزیده آثار ششمین نمایشگاه گرافیک معاصر ایران. تهران: انجمن هنرهای تجسمی ایران.
- تامپسون، جان. (۱۳۷۹). ایدئولوژی و فرهنگ مدرن (ترجمه مسعود اوحدی). تهران: مؤسسه فرهنگی آینده پویان.
- حسن‌نیا، فائزه. (۱۳۹۶). تحلیل بنیان‌های معنایی نهفته رنگ‌ها و علائم پرچم ایران در ادوار مختلف (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه آزاد رامسر، ایران.
- حقیقی، ابراهیم. (۱۳۸۶). گزیده آثار مرتضی ممیز. تهران: نشر نظر.
- خوش‌نظر، رحیم و رجبی، محمدعلی. (۱۳۸۸). نور و رنگ در نگارگری و معماری اسلام. مجله کتاب ماه هنر، (۱۲۷)، صص. ۷۱-۷۰.
- دفتر امور هنرهای تجسمی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی موز هنرهای معاصر و انجمن طراحان گرافیک ایران. (۱۳۸۶). نهمین دوسالانه پوستر تهران. تهران: دفتر امور هنرهای تجسمی وزارت فرهنگ.
- دفتر امور هنرهای تجسمی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، موز هنرهای معاصر و انجمن طراحان گرافیک ایران. (۱۳۸۶). مجموعه آثار نهمین دو سالانه طراحی معاصر ایران. تهران: دفتر امور هنرهای تجسمی وزارت فرهنگ.
- ساعدی، سیما و سیداحمدی زاویه، سیدسعید. (۱۳۹۲). عوامل مؤثر بر کاربرد رنگ در فرش یزد. مجله پیکره، (۴)، صص ۲۵-۴۲.

- صور اسرافیل، شیرین. (۱۳۷۸). *رنگ‌های ایرانی؛ رنگ‌رزی با رنگ‌های طبیعی به روایت استادان رنگرز*. تهران: مؤسسه تحقیقات فرش دستباف.
- صور اسرافیل، شیرین. (۱۳۷۹). *رنگ‌های ایرانی*. کتاب ماه هنر، ۷۹ (۲۳-۲۴)، صص. ۷۴-۷۱.
- شیوا، قباد. (۱۳۸۳). *قبادشیوا: طراح گرافیک*. تهران: نشر نظر.
- قوی‌پنجه، زهرا. (۱۳۹۴). *نقش و رنگ در پوشاک زنان ترکمن*. دومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در علوم و تکنولوژی، مؤسسه سرآمد همایش کارین، استانبول، ترکیه.
- کلاه‌کج، منصور. (۱۳۹۸). *جستاری در هویت‌نمایی گرافیک نوین ایران*. *مجله مطالعات ملی*، ۲۰ (۳)، صص. ۱۳۹-۱۵۶.
- مرکز هنرهای تجسمی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، موزه هنرهای معاصر، مؤسسه توسعه هنرهای تجسمی. (۱۳۸۸). *مجموعه آثار دهمین دوسالانه جهانی پوستر تهران*. تهران: مؤسسه توسعه هنرهای تجسمی.
- مشکی، ساعد. (۱۳۸۵). *طراحان گرافیک ایران ۱: مسعود نجابتی*. تهران: یساولی.
- مشکی، ساعد. (۱۳۸۳). *طراحان گرافیک ایران ۲: مصطفی اسدالهی*. تهران: یساولی.
- مشکی، ساعد. (۱۳۸۴). *طراحان گرافیک ایران ۶: فرزاد ادیبی*. تهران: یساولی.
- مؤسسه فرهنگی پژوهشی نشر نظر با همکاری بنیاد ممیز. (۱۳۸۶). *گزیده آثار مرتضی ممیز*. تهران: نشر نظر.
- نصیری، محمد، افراسیاب‌پور، علی‌اکبر و احمدی، فریبا. (۱۳۹۷). *نماد عرفانی رنگ در هنر و معماری اسلامی*. *عرفان اسلامی (ادیان و عرفان)*، ۱۴ (۵۶)، صص. ۱۷-۵۳.
- وحدت‌طلب، مسعود و نیک‌مرام، امین. (۱۳۹۶). *بررسی اهمیت، فراوانی و پراکنش رنگ قرمز در ارسی‌های خانه‌های تاریخی ایران*. *مورد پژوهی: ۲۲ تاج ارسی خانه‌های قاجاری تبریز*. *معماری و شهرسازی هنرهای زیبا*، ۲۲ (۲)، صص. ۸۷-۹۷.
- وزیریان، علی. (۱۳۹۰). *گرافیک مذهبی؛ مجموعه آثار علی وزیریان*. تهران: سوره مهر.
- Berry, S & Martin, J. (1991). *Designing with Colour*, London, England, B.T.Batsford Ltd. *Conference: 10th IEEE International Conference on Computer-Aided Industrial Design and Conceptual Design*. Wenzhou, Peoplesr, China.
- Hall, S. (1973). *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Birmingham: Centre for Contemporary Cultural Studies.
- Lakens, D. (2011). Orange as a perceptual representation of the Dutch nation: Effects on perceived national identification and color evaluation. *European Journal of Social Psychology, Eur. J. Soc. Psychol.* (41), pp. 924-929.
- Yang, M & Zeng. Q. (2009). Application and Innovation of Chinese Red In Modern Design. *International Conference on Computer Aided Industrial Design and Conceptual Design-CAID&CD*. pp. 1520-1523.

